

**ПЕДАГОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
У МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ ФАХОВИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ У КОЛЕДЖАХ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

REFERENCES

1. Velykyi tumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainsoi movy (2001). [A large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language]. (Ed.). V.T. Busel. Kyiv, Irpin. 1440 p. [in Ukrainian].
2. Zenchenko, T.F. (2016). Pidhotovka maibutnix uchyteliv do vyvchennia prykmetyka u pochatkovykh klasakh na kompetentnisnykh zasadakh [Preparation of future teachers for the study of adjectives in primary grades on the basis of competence]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv, 22 p. [in Ukrainian].
3. Nova ukrainska shkola. Kontseptualni zasady reformuvannia serednoi shkoly [New Ukrainian school. Conceptual principles of secondary school reform]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkol-a-compressed.pdf> [in Ukrainian].
4. Nova ukrainska shkola: osnovy Standartu osvity (2016). [The new Ukrainian school: the basics of the Standard of Education]. Lviv, 64 p. [in Ukrainian].
5. Olefirenko, T.O. (2010). Hrafichna kompetentnist yak skladovyi komponent vsebichnoho rozvytku osobystosti [Graphic competence as a constituent component of comprehensive personality development]. *Collection of scientific works of Uman Pavlo Tychyna State Pedagogical University*. (Ed.). Martyniuk, M.T. Uman. part. 3. pp. 117–123. [in Ukrainian].
6. Sydorenko, V. (2018). Kontsepty Novoi ukrainskoj shkoly: kliuchovi kompetentnosti, tsinnisni oriientyry, osvichni rezultaty [Concepts of the New Ukrainian School: key competencies, value orientations, educational results]. Kyiv, pp. 4–17. [in Ukrainian].
7. Tsyfrova kompetentnist suchasnoho vchytelia novoi ukrainskoj shkoly: zb. tez dopovidei uchasnykiv vseukr. nauk.-prakt. seminaru (Kyiv, 12 bereznia 2019 r.) [Digital competence of the modern teacher of the new Ukrainian school: a collection of theses of the reports of the participants of the all-Ukrainian scientific-practical seminar]. (Ed.). O.V. Ovcharuk. Kyiv, 108 p. [in Ukrainian].
8. Chubko, O.P. (2013). Innovatsiini tekhnologii navchannia v konteksti pedahohichnoi pidhotovky maibutnoho vchytelia [Innovative learning technologies in the context of pedagogical training of the future teacher]. *Bulletin of the Chernihiv National Pedagogical University*. Vol. 108.1. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_37 [in Ukrainian].
9. Palamar, B.I., Vaskivska, H.O. & Palamar, S.P. (2017). Didactical determinants use of information and communication technology in process of training of future specialists. *Wiadomości Lekarskie*. Warszawa: Wydawnictwo Aluna. T. LXX. Nr 4. pp. 838–842. (Scopus). [in English].

Стаття надійшла до редакції 12.06.2023

УДК 377:07-051]:005.336.5

DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2023.287897>

*У Юеюань, аспірантка Тернопільського національного педагогічного
університету імені Володимира Гнатюка*

**ПЕДАГОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
У МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ ФАХОВИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ У КОЛЕДЖАХ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

У статті розкрито можливості педагогічних інноваційних методів у процесі формування професійного іміджу у майбутніх молодших фахових бакалаврів журналістів у коледжах. Окреслено особливості професійного іміджу. Схарактеризовано структурні компоненти професійного іміджу: професійний і особистісний. Описані найбільш ефективні інтерактивні методи формування професійного іміджу журналіста – тренінги та ігри.

Ключові слова: професійний імідж; педагогічні інновації; журналіст; формування професійного іміджу; майбутні молодші бакалаври журналісти.

Лит. 13.

Wu Yueyuan, Postgraduate Student
Ternopil Volodymyr Hnatyuk National Pedagogical University

**PEDAGOGICAL INNOVATIONS IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL IMAGE FORMATION
IN THE FUTURE JUNIOR PROFESSIONAL BACHELOR OF JOURNALISTS IN COLLEGES:
THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS**

The article reveals the possibilities of innovative pedagogical methods in the process of forming the professional image of future junior professional bachelors of journalists in colleges. The peculiarities of the professional image are outlined, which are determined by the need to combine personal and professional requirements for the journalist, since the personal image of a specialist must correlate with the professional standard. Attention is focused on the fact that the professional image of a journalist carries a double meaning load: on the one hand, the journalist forms the image of the mass media that he represents, on the other hand, the journalist must be recognizable, demonstrating his own style. The structural components of the professional image are characterized: professional (compliance of the image of the specialist with the requirements of the profession, professional standards and attitudes) and personal (individual features of the specialist, his subjective self-presentation in the profession). The main stages of forming a journalist's professional image are highlighted: studying the target audience and its expectations, understanding one's own social role, developing the personal style of a future journalist, forming verbal and non-verbal tools for influencing the audience, realizing professional goals. It is noted that interactive pedagogical technologies

**ПЕДАГОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
У МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ ФАХОВИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ У КОЛЕДЖАХ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

provide significant opportunities in the process of forming the image of future junior professional bachelors of journalism, which provide for such an organization of the educational process, in which the teacher acts as a facilitator, ensuring through his mediation the active interaction of students with the educational material. The most effective interactive methods of forming a journalist's professional image are described – trainings (partner communication training, sensitivity training, creativity training, self-organization skills training) and games (business, role-playing).

Keywords: professional image; pedagogical innovations; journalist; formation of a professional image; future junior bachelors-journalists.

Постановка проблеми. У сучасному світі, де інформація є найціннішим ресурсом і визначає стратегії суспільного розвитку, засоби масової інформації не випадково називають “четвертою владою” – механізмом, який здатен впливати на діяльність і поведінку інших людей, навіть попри їхнє бажання, розв’язувати соціальні проблеми, формувати громадську думку, змінювати її тощо. За таких умов роль журналістів у житті суспільства неможливо переоцінити. Імідж журналіста є одним із важливих інструментів впливу на аудиторію, оскільки саме він зазвичай формує рівень довіри споживачів до інформаційного контенту, дає змогу розширювати коло прибічників того чи того ЗМІ, підвищуючи його рейтинги. Зважаючи на це, проблема формування професійного іміджу журналіста є надзвичайно актуальною, а пошук форм та методів його формування – процес безперервний, бо визначається мінливими запитами та станом розвитку соціуму. Активне проникнення інновацій у різні сфери суспільного життя актуалізує пошук інноваційних технологій формування професійного іміджу фахівців різного профілю, зокрема, майбутніх журналістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Звернення до наукової літератури засвідчує зростаючий інтерес до проблеми дослідження. Так, загальні засади іміджеології як наукової дисципліни вивчають Н. Барна, І. Бондаренко, В. Бугрим, Т. Падафет, Ю. Палеха, О. Скориніна, Л. Хавкіна, Т. Хомуленко [1; 10; 11]. Змістові аспекти формування іміджу фахівців різного профілю аналізують Л. Волошко, С. Калаур, О. Сорока (фахівці соціономічної сфери), В. Зінченко (педагоги), В. Алещенко, М. Товма, А. Турчинов (військові), І. Пасічник, О. Сікорська (лікарі) [2; 5; 8; 13]. Звернення до проблемних аспектів формування іміджу журналіста простежуємо у наукових розвідках А. Слонкіної та О. Федоренко, які вивчають можливості невербальних комунікаційних засобів у творенні іміджу журналіста; у журналістському вимірі аналізує іміджеологію Л. Хавкіна; К. Катріч та С. Демченко вивчають авторський стиль журналіста як складову іміджу [7; 9; 12]. Потенціал педагогічних інновацій у вдосконаленні системи професійної освіти розкривається у студіях Л. Козак, В. Кременя, А. Рибальченко [4; 5; 6]. Отже, можемо констатувати, що уже накопичений значний науковий доробок із теми дослідження, водночас питання формування професійного іміджу у майбутніх журналістів на різних рівнях

професійної освіти засобами педагогічних інноваційних технологій усе ще потребують осмислення та поглибленого дослідження.

Мета статті – розкрити потенціал педагогічних інновацій у процесі формування професійного іміджу у майбутніх молодших фахових бакалаврів журналістів у коледжах.

Виклад основного матеріалу. Поняття професійного іміджу є багатогранним і неоднозначним, оскільки у кінцевому результаті спрямоване на гармонійне поєднання тих вимог, які ставлять до фахівця у рамках тієї чи тієї професії, тобто, йдеться про певний іміджевий стандарт, натомість – персональний імідж фахівця має корелювати з цим стандартом. Таким чином, можна розглядати професійний імідж як “образ-стереотип та “діловий” образ особистості у професійній діяльності” [13].

У журналістиці імідж фахівця також несе подвійне сенсове навантаження: з одного боку, журналіст формує імідж ЗМІ, який представляє, з іншого – важливим є особистий імідж журналіста, який дає йому змогу виділитися із когорти колег, бути впізнаним, демонструючи власний стиль. Окрім того, формування іміджу майбутніх журналістів має здійснюватися, відштовхуючись від професійного зразка чи стандарту, в основі якого – об’єктивність, неупередженість, чесність, незаангажованість тощо [10].

Структуру професійного іміджу можна розглядати у двох аспектах: професійному й особистісному. Професійна складова полягає у формуванні відповідності образу фахівця вимогам професії, професійним стандартам та установкам. Відповідність іміджу індивіда заданим професійним взірцям є необхідною умовою для його включення у професійну діяльність та успішної самореалізації в ній. Особистісна складова базується на індивідуальних характерологічних особливостях фахівця, його суб’єктивній самопрезентації в професії та соціальному просторі крізь призму особистісної неповторності [12].

Загалом професійний імідж журналіста базується на таких ключових характеристиках: імідж є динамічним новоутворенням, а отже, може змінюватися; професійний імідж не завжди збігається з особистісним, найчастіше – він становить певний консенсус між першим та другим; імідж визначається суб’єктивним сприйняттям аудиторії.

Формування іміджу майбутнього журналіста починається вже на ранніх етапах професійної підготовки, зокрема, у коледжах. Закладення у молодших

**ПЕДАГОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
У МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ ФАХОВИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ У КОЛЕДЖАХ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

фахових бакалаврів розуміння важливості професійного іміджу, засвоєння знань про шляхи та способи його формування є важливою складовою професійної підготовки. При цьому робота над професійним іміджем здійснюється за певним алгоритмом, що включає такі основні етапи: вивчення цільової аудиторії та її очікувань, розуміння власної соціальної ролі, вироблення персонального стилю майбутнього журналіста, формування вербального і невербального інструментарію впливу на аудиторію, усвідомлення професійних цілей.

У сучасних умовах багатий дидактичний інструментарій дає змогу значно урізноманітнити навчальний процес, а інноваційні педагогічні технології – зробити його цікавим й ефективним. Значні можливості в процесі формування іміджу у майбутніх молодших фахових бакалаврів журналістів вбачаємо в інтерактивних педагогічних технологіях, які передбачають таку організацію навчального процесу, при якій педагог виступає у ролі фасилітатора, забезпечуючи своїм посередництвом активну взаємодію студентів із навчальним матеріалом, між собою і викладачем. Сучасна педагогічна практика включає багатий арсенал інтерактивних методів навчання, які вирішують три основні функції: пізнавальну, комунікативно-розвивальну та соціально-орієнтаційну. До найбільш поширених інтерактивних методів навчання відносять:

- роботу в малих групах;
- виконання творчих завдань;
- використання суспільних ресурсів (запрошення фахівців-представників професії, яку здобувають студенти (журналісти, ведучі, редактори), екскурсії до редакцій різних медіа);
- розробка соціальних проєктів та інші позааудиторні методи навчання (рекламні проєкти, змагання, підготовка публікацій у друкованих ЗМІ та виступів у ефірах радіо та телепередач, організація виставок, проведення конференцій тощо);
- вивчення та закріплення нового навчального матеріалу в процесі інтерактивних лекцій, роботи з електронними підручниками, відео- та аудіоматеріалами, використання таких форм роботи, як: “студент у ролі викладача”, “кожен вчить кожного”, використання опитувань, сократівська бесіда;
- обговорення дискусійних питань та проблем (шкала позицій, проєктивні техніки);
- метод проблемного навчання (“Дерево рішень”, “Мозковий штурм”, “Аналіз казусів”);
- навчальні ігри (ділові, рольові, імітаційні тощо);
- організація та проведення тренінгів (бізнес-тренінги, психологічні, тренінги особистісного зростання, креативності тощо) [3; 4].

Особливо ефективними у процесі формування журналістського іміджу, на думку викладачів та студентів, є тренінги та ігри – ділові, рольові, бізнес-симуляції.

Тренінг є популярним поліфункціональним методом групової роботи, спрямованим на вироблення відповідних особистісних змін, а також професійних умінь і навичок. При організації та проведенні тренінгів необхідно дотримуватись певних **принципів**:

- активності учасників у спільній діяльності, оскільки людина засвоює лише 10 % почутого матеріалу, 50 % – побаченого, 70 % – проговореного собою і 90 % – самостійно виконаного;
- творчої позиції, що полягає у розкритті творчого потенціалу студента через усвідомлення власних особистісних можливостей, ресурсів, особливостей у спеціально створених умовах креативного середовища, відкритого для апробації різних моделей поведінки, експериментів і проблемного пошуку;
- усвідомленості поведінки через зворотний зв'язок між учасниками тренінгу, який допомагає коригувати дії та виробляти найбільш оптимальну стратегію поведінки;
- партнерської комунікації, що передбачає врахування інтересів всіх учасників тренінгу, їхніх почуттів, емоцій, переживань, визнання цінності іншої людини, її права на помилку;
- безперервного аналізу роботи групи та власної активності у груповій взаємодії.

Відзначимо, що у процесі практичної діяльності з формування іміджу майбутніх журналістів ми використовували такі чотири основні види тренінгів:

Тренінг партнерської комунікації, який допомагає сформувати навички міжособистісної взаємодії, готовності до проведення презентацій, перемовин, публічних виступів. Цей вид тренінгу включає три типи вправ: вправи, спрямовані на створення сприятливої атмосфери для співпраці; вправи з відпрацювання різних типів комунікацій, прийомів, способів комунікації; вправи з налагодження зворотного зв'язку, які сприяють стабілізації самооцінки учасників, актуалізації особистісних ресурсів, створенню позитивного емоційного тла для роботи у групі.

Тренінг сенситивності, спрямований на формування емпатійності та розвиток таких компонентів сенситивності: спостерігальна сенситивність включає здатність через спостереження запам'ятовувати емоції та дії людини у різних ситуаціях; теоретична вчить на основі засвоєних теоретичних знань передбачати людські реакції, думки та дії; номотетична сенситивність виробляє здатність розуміти закономірності поведінки людей та сприймати неповторність кожної людини. Тренінг сенситивності є особливо актуальним для майбутнього чи молодого фахівця, оскільки набуті студентом уміння розуміти особистісні якості, стан партнерів та міжособистісні відносини допоможуть у майбутньому адаптуватися до нового колективу і проявити свої здібності.

Тренінг креативності спрямований на усвідомлення та розкриття творчого потенціалу студентів і

**ПЕДАГОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
У МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ ФАХОВИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ У КОЛЕДЖАХ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

розвиток у них креативності. Креативність є потужним фактором розвитку особистості майбутнього журналіста та його професійного іміджу, що визначає готовність студента змінюватися, відмовляючись від стереотипів. Умовою актуалізації цієї здібності є самовладання та впевненість у собі, тому велику увагу важливо приділяти вправам, метою яких є зміцнення особистісного самосприйняття студентів, підвищення їхньої самооцінки, побудова перспективних ліній професійного й особистісного розвитку, планування життєвого шляху.

Тренінг формування навичок самоорганізації розвиває навички оптимального використання часу, правильного визначення пріоритетів. Уміння і навички, які студенти здобувають у ході такого тренінгу, сприяють формуванню ефективної мотивації до професійного самовдосконалення, розвивають здібності самоконтролю і саморегуляції.

Щодо ігрових інтерактивних методів навчання, то вони мають низку переваг перед традиційними лекціями та семінарами: гра відрізняється жвавістю, наочністю, розвиває інтерес до досліджуваної теми, стимулює активність учасників до подальшої діяльності з вивчення проблеми, що розглядається у грі, дає змогу більш раціонально використовувати час занять. Імітуючи умови та зміст професійної діяльності, ігри сприяють формуванню як знань, умінь і навичок, професійно важливих якостей, так і соціально-психологічних аспектів діяльності.

Так, *ділова гра* є засобом моделювання проблемних ситуацій у різних сферах професійної діяльності, що допомагає знайти оптимальні шляхи розв'язання цих проблем, а також алгоритми, на основі яких можна спрогнозувати подібні ситуації та намагатися запобігти їх виникненню. У ході ділової гри студенти виконують ролі тих чи тих посадових осіб, фахівців та приймають відповідні до ситуації рішення, шукають оптимальні шляхи їх реалізації тощо. Ділові ігри мають відповідати таким вимогам:

1) мати професійне спрямування – в основі ігор лежить аналіз професійної діяльності журналіста;

2) наявність ігрової та навчальної задачі – оволодіння студентами знаннями і навичками в процесі “програвання” ними певної ситуації професійної діяльності;

3) міжпредметний характер – одна і та сама гра спрямована на засвоєння та розвиток знань і умінь з різних дисциплін, які вивчаються молодшими фаховими бакалаврами спеціальності “Журналістика”.

Рольова гра як метод інтерактивного навчання застосовується для досягнення таких цілей:

- ознайомити студентів із можливими конфліктними ситуаціями у майбутній професійній діяльності;
- сформувати навички врегулювання конфліктів;
- розширити діапазон професійних інструментів та компетенцій;

– навчити студентів критично перевіряти та коригувати уявлення про систему власних та чужих цінностей – здатність до рефлексії.

Крім того, нами було з'ясовано, що рольові ігри сприяють формуванню таких компетентностей і практичних умінь майбутнього журналіста, як:

– комунікативної (охоплює сформовану здатність чітко й логічно висловлювати свої думки, прагнення і потреби так, щоб їх розуміли та правильно інтерпретували інші);

– уміння дистанціювання від професійної ролі (передбачає здатність відриватися від виконуваної професійної ролі та ставити під сумнів професійні дії, їхню відповідність ситуаціям);

– емпатійної компетентності (базується на здатності відчувати та розуміти емоційний стан співрозмовника, а також включає готовність увійти в його становище та розкрити його очікування);

– вміння бути толерантним (здатність вступати у взаємодію навіть тоді, коли власні потреби задовольняються не повною мірою, результат професійної діяльності суперечливий або непередбачуваний).

Таким чином, тренінги та ігри сприяють ефективному формуванню професійних знань, умінь та навичок в умовах, максимально наближених до реальних. Як засвідчили отримані практичні результати формувального етапу експериментального дослідження, у процесі активної взаємодії між викладачем і студентами експериментальної групи в останніх формуються необхідні професійні поведінкові навички, відбувається засвоєння стандартів та вимог, у тому числі тих, що висуваються до зовнішнього вигляду майбутнього журналіста. Окрім того, студенти експериментальної групи навчилися створювати власний комфортний для себе імідж, спираючись на естетичні й етичні норми професії. В усних бесідах вони підтвердили, що тренінги та ігри особливо ефективні в процесі відпрацювання навичок вибору стратегій, способів і засобів самопрезентації, де необхідно на практиці застосувати наявні знання, закріпити навички встановлення контакту, налагодити вербальну і невербальну комунікацію, продемонструвати вміння справляти позитивне перше враження, здійснювати самопрезентацію, відстежити зворотний зв'язок.

Висновки. Інтерактивні технології навчання, які передбачають активну міжособистісну взаємодію та максимальне “занурення” у комунікацію, повною мірою відповідають специфіці журналістської діяльності. Зважаючи на те, що найефективніше зміни в установках та поведінці людей відбуваються через групову, а не індивідуальну взаємодію, а робота в групі дає змогу досліджувати міжособистісні стосунки і групову динаміку, яку породжують учасники заняття своєю співпрацею, інтерактивні форми та методи навчання є корисним, а іноді й незамінним

**ПЕДАГОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
У МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ ФАХОВИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ У КОЛЕДЖАХ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

інструментом у підготовці майбутніх журналістів, зокрема, в тому, що стосується формування у них адекватного журналістського іміджу.

Перспективи подальших наукових розвідок вбачаємо у дослідженні особливостей використання різних інноваційних інтерактивних методів та форм роботи (творчі майстерні, імідж-студії, соціальні проекти тощо) в процесі формування професійного іміджу майбутніх журналістів, які здобувають освіту у коледжах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барна Н.В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ : Університет "Україна", 2008. 217 с.
2. Волошко Л. Особистісно-професійний імідж майбутніх фахівців соціономічної сфери як наукова категорія професійної педагогіки. *Молодь і ринок*. 2016. № 1 (132). С. 103–108.
3. Козак Л.В. Педагогічна інноватика у розвитку нових напрямів освіти. *Освітологічний дискурс*. 2014. № 2. С. 74–85.
4. Кремень В. Феномен інновацій: освіта, суспільство, культура : монографія. Київ : Педагогічна думка. 2008. 472 с.
5. Пасічник І.П. Проблеми формування професійного іміджу майбутнього лікаря. *Кредитно-модульна система організації навчального процесу у вищих медичних (фармацевтичному) навчальних закладах України на новому етапі* : матеріали Х ювілейної Всеукраїнської навчально-наукової конференції з міжнародною участю, Тернопіль, 18–19 квітня 2013 р. Тернопіль, 2013. Ч. 2. С. 611–613.
6. Рибальченко А.М. Педагогічна інновація як прогресивна зміна в освіті. *Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути. Педагогічні науки*. 2020. С. 74–78.
7. Слонкіна А.В. Імідж журналіста як спосіб невербального впливу на аудиторію. *Соціально-політичні студії* : науковий альманах. 2020. Вип. 4. С. 88–91.
8. Товма М.І., Турчинов А.В. Особливості формування позитивного іміджу військових частин Національної гвардії України в місцях постійної дислокації. *Честь і закон*. 2021. № 4 (79). С. 104–110.
9. Федоренко О. Потенціал невербальних засобів у творенні іміджу телеведучого. *Стиль і текст*. 2013. С. 223–233.
10. Хавкіна Л.М. Іміджологія : навч.-метод. посібник для студентів зі спец. "Журналістика". Хмельницький : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. 64 с.
11. Хомуленко Т.Б., Падафет Ю.Г., Скориніна О.В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Харків, 2005. 272 с.
12. Чишиленко Н. Імідж-студія як ефективна форма інтерактивного навчання майбутніх фахівців. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2019. № 2. С. 200–206.
13. Kalaur S., Soroka O. Theoretical and methodological principles of the formation of professional culture and professional image among educators by means of the acmeological approach in war conditions. *Social Work and Education*. 2023. Vol. 10. № 1. pp. 99–110.

REFERENCES

1. Barna, N.V. (2008). *Imidzhelohiia: navch. posib. dlia dystantsiinoho navchannia* [Imageology]. Kyiv, 217 p. [in Ukrainian].
2. Voloshko, L. (2016). *Osobystisno-profesiinyi imidzh maibutnikh fakhivtsiv sotsionomichnoi sfery yak naukova katehoriia profesiinoi pedahohiky* [Personal and professional image of future specialists in the socioeconomic sphere as a scientific category of professional pedagogy]. *Yuth & market*. No. 5 (132). pp. 103–108.
3. Kozak, L.V. (2014). *Pedahohichna innovatyka u rozvytku novykh napriamiv osvity* [Pedagogical innovation in the development of new areas of education]. *Educational discourse*. No. 2. pp. 74–85. [in Ukrainian].
4. Kremen, V. (2008). *Fenomen innovatsii: osvita, suspilstvo, kultura: monohrafiia* [Innovation phenomenon: education, society, culture: monograph]. Kyiv, 472 p. [in Ukrainian].
5. Pasichnyk, I.P. (2013). *Problemy formuvannia profesiinoho imidzhu maibutnoho likaria* [Problems of forming the professional image of the future doctor]. *Proceedings of the 10th All-Ukrainian Educational and Practical Conference with international participation*. 18–19 april. Ternopil, pp. 611–613. [in Ukrainian].
6. Rybalchenko, A.M. (2020). *Pedahohichna innovatsiia yak prohresyvna zmina v osviti* [Pedagogical innovation as a progressive change in education]. *Modern challenges and actual problems of science, education and production: interdisciplinary disputes. Pedagogical sciences*. pp. 74–78. [in Ukrainian].
7. Slonkina, A.V. (2020). *Imidzh zhurnalista yak sposib neverbalnoho vplyvu na audytoriiu* [The journalist's image as a way of non-verbal influence on the audience]. *Socio-political studies: scientific almanac*. Vol. 4, pp. 88–91. [in Ukrainian].
8. Tovma, M.I., Turchynov, A.V. (2021). *Osoblyvosti formuvannia pozytyvnoho imidzhu viiskovykh chastyn Natsionalnoi hvardii Ukrainy v mistsiakh postoinoi dyslokatsii* [Particularities of forming a positive image of military units of the National Guard of Ukraine in places of permanent deployment]. *Honor and law*. No. 4 (79), pp. 104–110. [in Ukrainian].
9. Fedorenko, O. (2021). *Potentsial neverbalnykh zasobiv u tvorenni imidzhu televeduchoho* [The potential of non-verbal means in creating the image of a TV presenter]. *Style and text*, pp. 223–233. [in Ukrainian].
10. Khavkina, L.M. (2013). *Imidzhelohiia: navch.-metod. posibnyk dlia studentiv zi spets. "Zhurnalistyka"* [Imageology: educational method. manual for students of special "Journalism"]. Kharkiv, 64 p. [in Ukrainian].
11. Khomulenko, T.B., Padafet, Yu.H., Skorynina, O.V. (2005). *Teoretychni ta praktychni aspekty doslidzhennia imidzhu* [Theoretical and practical aspects of image research]. Kharkiv, 272 p. [in Ukrainian].
12. Chypulyenko, N. (2019). *Imidzh-studiia yak efektyvna forma interaktyvnoho navchannia maibutnikh fakhivtsiv* [Image studio as an effective form of interactive training of future specialists]. *Collection of scientific works of the Uman State Pedagogical University*. No. 2, pp. 200–206. [in Ukrainian].
13. Kalaur, S. & Soroka, O. (2023). *Theoretical and methodological principles of the formation of professional culture and professional image among educators by means of the acmeological approach in war conditions*. *Social Work and Education*. Vol. 10. No. 1, pp. 99–110. [in English].

Стаття надійшла до редакції 09.06.2023